

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

МАРКЕТИНГ

другого (магістерський) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 Маркетинг
галузь знань D «Бізнес, адміністрування та право»
Кваліфікація: магістр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради

/О. О. Ярошинська/

(протокол №11 від «30» квітня 2026 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 01 вересня 2026 р.

В.о. ректора /О.О. Ярошинська/

(наказ №01-16/73/од від «30» квітня 2026 р.)



Умань 2026 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, що визначає вимоги до підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти у галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» за спеціальністю D5 «Маркетинг», зокрема компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні засади такої підготовки. Програма ґрунтується на компетентнісному підході.

Освітньо-професійну програму розроблено робочою групою спеціальності D 5 «Маркетинг» у складі:

№ п/п	ПІБ	Посада	Науковий ступінь, вчене звання
НПП			
1.	Пенькова Оксана Георгіївна (гарант)	Завідувач кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва	Доктор економічних наук, професор
2/	Харенко Андрій Олександрович	Доцент кафедри маркетингу	Кандидат економічних наук, доцент
3.	Лементовська Валентина Анатоліївна	Доцент кафедри маркетингу	Кандидат економічних наук, доцент
Залучені стейкхолдери			
№ п/п	ПІБ	До якої групи стейкхолдерів належить (здобувач вищої освіти, випускник, роботодавець тощо)	Науковий ступінь, вчене звання (за наявності)
1.	Власенко Владислав Олександрович	роботодавець, директор ТОВ «Влас-агро»	-
2.	Ковальчук Світлана Анатоліївна	здобувач другого рівня вищої освіти (магістр)	-

Програма погоджена:

на засіданні кафедри маркетингу (протокол № 7 від 27 лютого 2026 р.);

Вченою радою факультету економіки, підприємництва та інформаційних технологій (протокол № 5 від 24 квітня 2026 р.);

схвалена Науково-методичною радою університету (протокол № 1 від 29 квітня 2026 р.).

**1. Профіль освітньо-професійної програми
зі спеціальності D5 Маркетинг**

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Уманський національний університет садівництва Факультет економіки, підприємництва та інформаційних технологій Кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістр Магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг Marketing
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний 90 кредитів ЄКТС
Форма здобуття освіти	Форма здобуття освіти – денна, дистанційна, заочна Обсяг. Денна – 1 рік 4 місяці, дистанційна – 1 рік 4 місяці, заочна – 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Акредитовано 14.12.2023р. за другим (магістерським) рівнем. Сертифікат про акредитацію освітньої програми № 6482. Термін дії сертифіката – до 01.07.2029 р.
Цикл/рівень	FQ-EHEA – другий цикл, EQF LLL – 7 рівень, НРК – 7 рівень
Передумови	Диплом ОС «Бакалавр», ОКР «Спеціаліст», ОС «Магістр»
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	1 рік і 4 місяці
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://ects.udau.edu.ua/
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованих фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями для стратегічного і тактичного управління маркетинговою діяльністю організацій та підприємств, в тому числі з урахуванням специфіки аграрної сфери, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	D «Бізнес, адміністрування та право» D5 «Маркетинг»
Орієнтація програми	Освітньо-професійна, прикладна Програма орієнтована на основні напрями наукової та професійної діяльності маркетологів.
Основний фокус	Спеціальна. Формування та розвиток професійної

програми спеціалізації	та	компетентності для управління маркетинговою діяльністю організацій та підприємств з урахуванням сучасних вимог. <i>Об'єкт вивчення</i> – маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання</i> – підготовка фахівців здатних використовувати набуті компетентності в сфері маркетингової діяльності. <i>Теоретичний зміст предметної області</i> – суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. <i>Методи, методики та технології</i> – загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <i>Інструменти та обладнання</i> : сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень. <i>Ключові слова</i> : маркетинг, маркетингова діяльність, маркетинговий аналіз, управління маркетингом, маркетингове забезпечення.
Особливості програми		Особливість ОП обумовлена комбінацією обов'язкових компонентів, що дозволяють сформувати фахові компетентності, необхідні для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності в управлінні підприємствами, в тому числі з урахуванням специфіки аграрної сфери, та можливості їх застосування у педагогічній сфері.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання		
Придатність до працевлаштування		Магістр маркетингу здатний виконувати роботу в розрізі професійних груп та професійних назв робіт відповідно до Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) – директор з маркетингу; директор комерційний; начальник відділу збуту (маркетингу); начальник комерційного відділу; консультант з маркетингу; фахівець методів розширення ринку збуту; фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; молодший науковий співробітник (маркетинг); науковий співробітник (маркетинг).
Подальше навчання		Можливість навчання за програмою третього циклу FQ-

	ЕНЕА, 8 рівня QF-LLL, 8 рівня НРК. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання з набуттям загальних та професійних компетентностей, достатніх для продукування нових ідей, розв'язання комплексних проблем у професійній галузі. Проводиться у формі лекцій, семінарів, практичних занять, консультацій, самостійного вивчення, виконання науково-дослідних завдань на основі підручників, посібників, періодичних наукових видань, використання ресурсів мережі Інтернет. Самостійна робота на основі підручників та ресурсів системи дистанційної освіти Moodle Уманського НУС.
Оцінювання	Опитування, презентації, письмові есе, апробація результатів дослідження на наукових конференціях, тестування, контрольні роботи, модульний тестовий контроль, захист звітів з практики, усні та письмові екзамени. Підсумкова атестація – захист кваліфікаційної роботи.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.
Спеціальні (фахові) компетентності (ФК)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової

	діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. СК10. Здатність розуміти особливості та організовувати маркетингову діяльність підприємств аграрної сфери з урахуванням їх специфіки. СК11. Здатність застосовувати знання з педагогіки і психології у навчальному процесі у закладах вищої освіти при викладанні маркетингових дисциплін.
--	--

7 – Програмні результати навчання

P1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. P2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. P3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. P4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. P5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

P16. Комплексно застосовувати методи маркетингової діагностики, планування та управління при розробці маркетингових планів, програм подальшого розвитку підприємств аграрної сфери.

P17. Застосовувати педагогічні технології та проводити заняття з фахових навчальних дисциплін відповідно до чинного законодавства.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Процес навчання забезпечують провідні фахівці кафедр університету.
Матеріально – технічне забезпечення	100 % забезпеченість потребам освітньої програми необхідними навчальними аудиторіями, лабораторіями, необхідним устаткуванням кабінетів, мультимедійним обладнанням. Наявність інфраструктури для проживання, відпочинку та оздоровлення: • гуртожитки; • пункти харчування; • спортивна зала; • спортивні майданчики.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Навчальний процес забезпечується інформаційними та навчально-методичними ресурсами: - офіційний сайт УНУ: www.udau.edu.ua; - необмежений доступу до мережі Інтернет; - наукова бібліотека, читальні зали; - освітнє середовище Moodle; - університетський репозитарій; - навчальні плани; - графіки навчального процесу; - методичне забезпечення дисциплін; - робочі програми дисциплін; - дидактичні матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисциплін; - програми практик; - методичні вказівки щодо проходження практики, виконання та захисту кваліфікаційних робіт. Методичні матеріали постійно оновлюються та адаптуються до цілей освітньої програми.

9 – Академічна мобільність

Національна кредитна мобільність	Реалізується на основі двосторонніх договорів між Уманським національним університетом та закладами вищої освіти України
Міжнародна кредитна мобільність	На підставі укладених угод університету про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+ K1)
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах

2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх послідовність

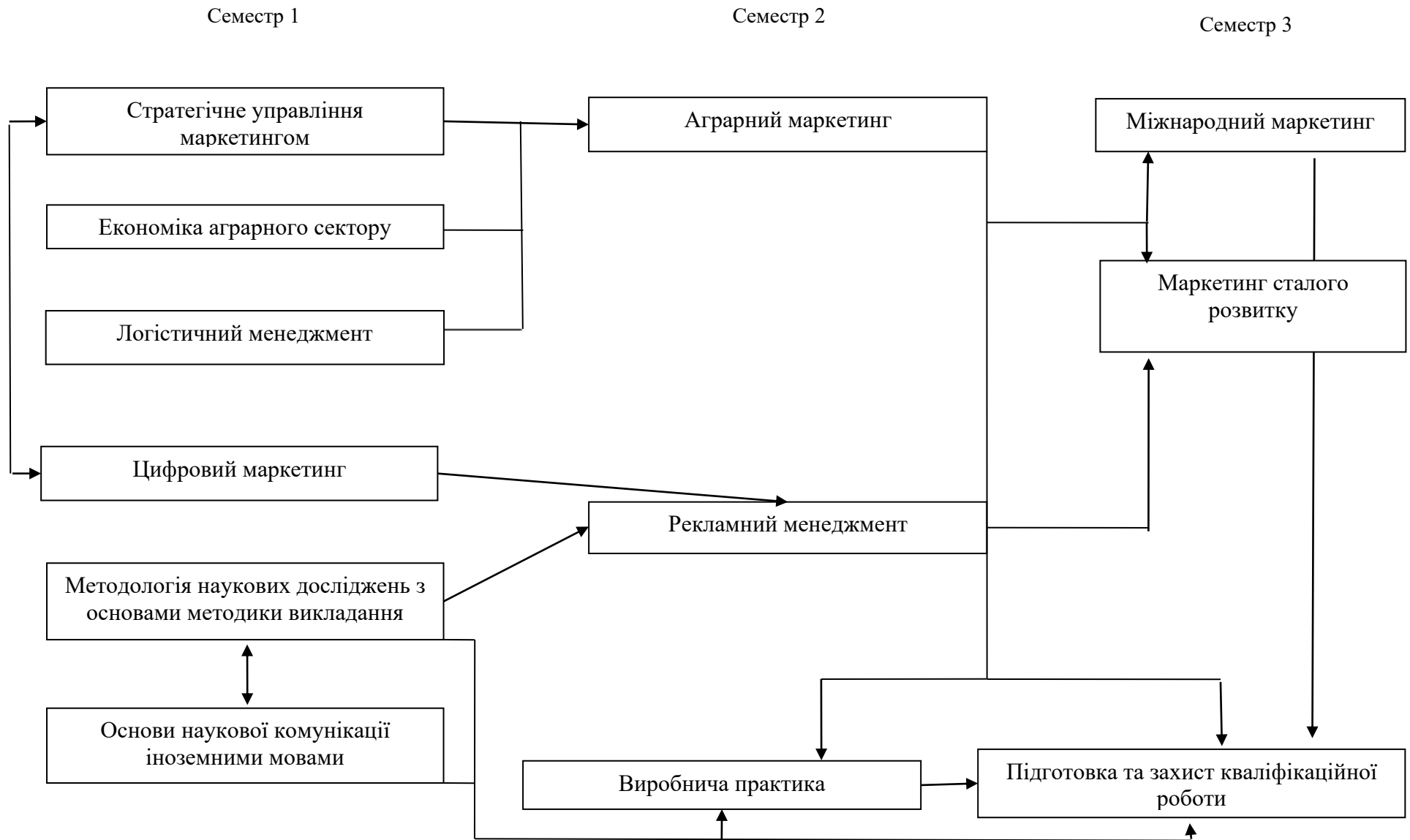
2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практика, підготовка кваліфікаційної (дипломної) роботи (проекту))	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1. ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОП			
1.1. Освітні компоненти гуманітарної, соціально-економічної та природничо-наукової підготовки			
ОК 1	Методологія наукових досліджень з основами методики викладання	5	залік
ОК 2	Основи наукової комунікації іноземними мовами	5	залік
Всього		10	
1.2. Освітні компоненти професійної та практичної підготовки			
ОК 3	Стратегічне управління маркетингом	5	екзамен
ОК 4	Цифровий маркетинг	5	екзамен
ОК 5	Логістичний менеджмент	5	екзамен
ОК 6	Економіка аграрного сектора	5	залік
ОК 7	Рекламний менеджмент	5	екзамен
ОК 8	Аграрний маркетинг	5	екзамен
ОК 9	Маркетинг сталого розвитку	5	екзамен
ОК 10	Міжнародний маркетинг	5	екзамен
ОК 11	Виробнича практика	8	залік
ОК 12	Підготовка кваліфікаційної роботи	8	публічний захист кваліфікаційної роботи
Всього		56	
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		66	
2. ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОП*,**			
ВК1.1	1.1. Фахові освітні компоненти		
ВК 1	Дисципліна 1	3	залік
ВК 2	Дисципліна 2	3	залік
ВК 3	Дисципліна 3	3	залік
ВК 4	Дисципліна 4	3	залік
ВК 5	Дисципліна 5	3	залік
ВК 6	Дисципліна 6	3	залік
ВК 7	Дисципліна 7	3	залік
Всього		21	
ВК1.2	2.2. Загальноуніверситетські освітні компоненти		
ВК 8	Дисципліна 8	3	залік
Всього		3	
Загальний обсяг вибіркового компонент:		24	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	

* здобувач вищої освіти здійснює свій вибір відповідно до «Положення про вибіркові освітні компоненти в Уманському національному університеті»: <https://www.udau.edu.ua/ua/file/m4cZ>

** вибір здійснюється з каталогу елективних дисциплін в електронному кабінеті здобувача.

2.2. Структурна схема ОП



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми спеціальності D5 «Маркетинг» проводиться у формі захисту кваліфікаційної магістерської роботи та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня «Магістр» із присвоєнням кваліфікації магістр маркетингу.

Кваліфікаційна робота магістра допускається до захисту за умови, якщо рівень її унікальності (оригінальності) відповідає нормативу, який офіційно затверджений ЗВО.

Вимоги до кваліфікаційної роботи магістра:

Кваліфікаційна робота – це навчально-наукова робота здобувача освіти, що виконується на завершальному етапі здобуття кваліфікації магістра зі спеціальності «Маркетинг» для встановлення відповідності отриманих здобувачем вищої освіти результатів навчання (компетентностей) вимогам стандарту вищої освіти та освітньої програми.

Для оприлюднення, публічного ознайомлення зі змістом кваліфікаційних робіт та запобігання академічного плагіату кваліфікаційні роботи мають бути розміщені на офіційному сайті ЗВО або його підрозділу.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12
ЗК 1	+								+			
ЗК 2			+	+			+					+
ЗК 3											+	
ЗК 4										+	+	
ЗК 5	+	+					+					
ЗК 6	+			+					+			+
ЗК 7							+					
ЗК 8			+									
СК 1											+	+
СК 2	+	+										+
СК 3	+									+		+
СК 4			+	+							+	+
СК 5			+						+		+	+
СК 6			+		+		+	+		+	+	+
СК 7			+						+			
СК 8			+		+			+	+	+		
СК 9	+							+			+	+
СК 10						+		+				
СК 11	+											

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12
Р 1	+										+	+
Р 2				+			+		+		+	+
Р 3	+		+						+	+	+	+
Р 4			+		+			+	+	+	+	
Р 5	+	+									+	+
Р 6			+		+		+	+	+	+	+	+
Р 7			+		+		+	+	+	+	+	+
Р 8	+	+		+			+				+	
Р 9			+		+		+	+		+	+	+
Р 10			+		+			+	+	+		+
Р 11			+									
Р 12			+		+			+		+		
Р 13			+		+		+	+	+	+	+	
Р 14	+		+		+		+		+		+	
Р 15	+			+						+	+	+
Р 16						+		+				
Р 17	+											